

1. Introduzione

1. Il presente rapporto aggiorna, a due anni di distanza, le analisi elaborate nella I edizione dell'[Osservatorio sul giornalismo](#), uno specifico approfondimento sullo stato del giornalismo in Italia avviato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM) nel 2014, i cui esiti sono stati resi noti nel [Il capitolo dell'Indagine conoscitiva "Informazione e Internet in Italia. Modelli di business, consumi, professioni"](#), pubblicata con [delibera n. 146/15/CONS](#).

2. Entrambe le analisi si situano nel più ampio contesto del dibattito, nazionale e internazionale, sulla produzione e diffusione di informazione, di cui l'Autorità si è occupata in precedenza con l'"Indagine conoscitiva sul settore dei servizi Internet e della pubblicità online" ([delibera n. 19/14/CONS](#)) e nel report ["Il consumo di informazione e la comunicazione politica in campagna elettorale"](#), avviando, più recentemente, anche un'indagine conoscitiva sull'"Informazione locale" ([delibera n. 310/16/CONS](#)) e una sulle "Piattaforme digitali e sistema dell'informazione" ([delibera n. 309/16/CONS](#)).

3. Il rapporto consta di cinque parti: la prima (cfr. **Capitolo 2**) offre uno scenario sulla professione giornalistica e definisce e delimita l'universo dei giornalisti attivi in Italia, grazie ai dati che l'Autorità ha raccolto ed elaborato con la collaborazione dell'Ordine dei Giornalisti (di seguito anche "OdG") e dell'Istituto Nazionale di Previdenza dei Giornalisti Italiani "Giovanni Amendola" (di seguito, anche "Inpgi"). L'incrocio dei dati delle due fonti permette di dar conto delle reali caratteristiche socio-demografiche della forza lavoro italiana, caratterizzata in particolare dalla numerosità dei soggetti abilitati a svolgere la professione, dall'invecchiamento dei lavoratori dipendenti e al contempo dal mancato ricambio generazionale, principalmente nelle posizioni più strutturate, con ricorso sempre maggiore ad ammortizzatori sociali.

4. Il primo ampio perimetro potenziale dei giornalisti italiani riguarda quindi i soggetti iscritti all'OdG che, a settembre 2016, risultano essere pari a 112.397. Di questi, 59.017 sono iscritti anche all'Inpgi. Partendo da questo sottoinsieme, l'Autorità stima che, nel 2016, i soggetti che hanno effettivamente svolto l'attività giornalistica in Italia, anche in via non esclusiva – dipendenti, collaboratori o *freelance* –, siano pari a 35.619. Rispetto a due anni prima (2014), il dato è in diminuzione del 3,9%.

5. Facendo seguito all'ottimo riscontro della I edizione dell'*Osservatorio sul giornalismo*, al fine di analizzare la professione giornalistica e le sue recenti dinamiche, nell'autunno scorso l'Autorità ha prima definito e poi diffuso presso i giornalisti attivi in Italia un questionario anonimo compilabile *online*, ricevendo 2.439 risposte, di cui 1.896 complete, e quindi utilizzabili per l'analisi. Tale analisi basata pertanto su dati primari e riportata nei **Capitoli 3 e seguenti** del presente rapporto, approfondisce alcune specifiche tematiche, quali l'attività professionale, gli strumenti e le fonti di lavoro, le principali criticità riscontrate nell'attività giornalistica, individuando infine cinque tipologie di giornalisti italiani (cfr. **Capitolo 5**).

6. L'Autorità ha proceduto a contattare la platea dei giornalisti attivi in Italia attraverso varie modalità. In primo luogo, il questionario è stato inviato via e-mail a migliaia di soggetti¹. Nel compiere tale scelta metodologica, l'Autorità ha tenuto conto della letteratura di settore, dell'economicità dello strumento *online*, della relativa semplicità di compilazione e di invio del questionario, della facilità di controllo e immagazzinamento dei dati, nonché della capillare diffusione di Internet presso i professionisti dell'informazione.

¹ Il link al questionario è stato inviato tramite e-mail il 4 ottobre 2016, con un recall il 15 novembre 2016. Il questionario, compilabile da desktop e ottimizzato per qualunque dispositivo mobile, è stato ospitato per tutta la durata dell'Indagine all'interno del sito istituzionale dell'Autorità, all'indirizzo <http://www.agcom.it/osservatorio-giornalismo>. Le informazioni raccolte sono state acquisite in forma anonima e analizzate in forma aggregata, nel massimo rispetto della disciplina in materia di trattamento dei dati personali di cui al d.lgs. 196/2003.

7. In secondo luogo, l’Autorità, al fine di diffondere il questionario a coloro che non avessero ricevuto l’e-mail, e nell’ottica di istituire una proficua collaborazione con tutti gli *stakeholder* interessati allo stato del giornalismo italiano, ha proceduto a sensibilizzare: il Consiglio nazionale dell’Odg e i venti Ordini regionali; l’Inpgi²; la Federazione Nazionale della Stampa Italiana – FNSI e le associazioni regionali di stampa³; l’Unione sindacale giornalisti Rai – USIGRAI; l’Unione Sindacale Giornalisti Freelance – USGF e i Gruppi e le Associazioni di settore⁴ nonché le Scuole di giornalismo e i Master riconosciuti dall’Odg⁵.

8. Il questionario, strutturato a imbuto (dal generale al particolare) e contenente 50 domande in totale, con logiche di salto che hanno permesso percorsi personalizzati a seconda delle risposte fornite nel corso della compilazione, è stato elaborato basandosi anche sui risultati della precedente edizione dell’*Osservatorio sul giornalismo* ed è stato testato attraverso un *pilot* sottoposto a soggetti selezionati tra esperti del settore, quali rappresentanti dell’Odg e delle sopraccitate associazioni giornalistiche e federazioni sindacali nonché associazioni di editori⁶, nel tentativo di migliorarne la fruibilità per i rispondenti, con particolare riferimento al lessico di settore. La prima parte del questionario ha quindi affrontato l’ampia tematica dell’attività professionale (iscrizione all’Albo e condizione lavorativa; tipologia di mezzo/ufficio presso cui si lavora abitualmente; uso delle fonti e principali criticità riscontrate ordinariamente nell’attività); in seguito sono state introdotte domande relative all’evoluzione della professione (conoscenza e uso degli strumenti *online* e dei *social media* in particolare); infine, ai rispondenti sono state chieste le principali informazioni socio-demografiche (genere; reddito lordo; domicilio giornalistico; livello di istruzione e competenze linguistiche).

9. Basato sull’ampia letteratura internazionale che da oltre trent’anni analizza le caratteristiche, le *routine* produttive e i fattori che maggiormente influenzano l’autonomia lavorativa e l’autopercezione, come categoria, dei giornalisti⁷, il questionario predisposto dall’Autorità ha quindi

² L’Autorità ringrazia il Presidente Marina Macelloni, il Direttore Generale Mimma Iorio e Alessandra Contini e Marco Bocci per la messa a disposizione dei dati.

³ Il Sindacato Giornalisti Abruzzesi; l’Associazione della Stampa della Basilicata; il Sindacato Giornalisti della Calabria; il Sindacato Unitario Giornalisti della Campania; l’Associazione Stampa Emilia-Romagna; l’Associazione Stampa Friuli Venezia Giulia; l’Associazione Stampa Romana; l’Associazione Ligure dei Giornalisti; l’Associazione Lombarda dei Giornalisti; il Sindacato Giornalisti Marchigiani; l’Associazione della Stampa del Molise; l’Associazione della Stampa Subalpina; l’Associazione Stampa Pugliese; l’Associazione Stampa Sarda; l’Associazione Siciliana della Stampa; l’Associazione Stampa Toscana; il Sindacato Giornalisti del Trentino Alto Adige; l’Associazione Stampa Umbra; l’Associazione dei Giornalisti della Valle d’Aosta; il Sindacato dei Giornalisti del Veneto.

⁴ Associazione Nazionale Stampa Interculturale; ASMI - Associazione Stampa Medica Italiana; ASP - Associazione Stampa Parlamentare; EACI - Associazione Giornalisti Consumeristi; GIST - Gruppo Italiano Stampa Turistica; GIULIA - Giornaliste Unite Libere Autonome; GUS - Gruppo Giornalisti Uffici Stampa; SCR - Sindacato Cronisti Romani; SNCCI - Sindacato Nazionale Critici Cinematografici Italiani; SNGCI - Sindacato Nazionale Giornalisti Cinematografici Italiani; UGAI - Unione Giornalisti Aerospaziali; UGIS - Unione Giornalisti Italiani Scientifici; UIGA - Unione Italiana Giornalisti dell’Automobile; UNAGA - Unione Nazionale Associazione Giornalisti Agricoltura Alimentazione Ambiente; UNCI - Unione Nazionale Cronisti Italiani; UNGIV - Unione Nazionale Giornalisti Informazione Visiva; UCSI - Unione Cattolica Stampa Italiana; USSI - Unione Stampa Sportiva Italiana.

⁵ Il Master Biennale di Giornalismo dell’Università di Bari; il Master Biennale in Giornalismo a Stampa, Radiotelevisivo e Multimediale dell’Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano; il Master in Giornalismo dell’Università LUMSA; il Master Biennale della Scuola di Giornalismo Walter Tobagi dell’Università degli Studi di Milano; la Scuola Superiore di Giornalismo di Bologna; il Master Biennale di Giornalismo della Libera Università di Lingue e Comunicazione “IULM” di Milano; il Master Biennale di Giornalismo dell’Università Suor Orsola Benincasa di Napoli; il Centro Italiano di Studi Superiori per la Formazione e l’Aggiornamento in Giornalismo Radiotelevisivo di Perugia; la Scuola Superiore di Giornalismo “Massimo Baldini” dell’Università LUISS; la Scuola Post Laurea in Giornalismo dell’Università di Salerno; il Master Biennale di Giornalismo dell’Università di Torino; l’Istituto per la Formazione al Giornalismo di Urbino.

⁶ In particolare, sono stati auditi rappresentanti di Aeranti Corallo, A.N.S.O., Confindustria Radio TV, FIEG, Mediacoop.

⁷ Si ricorda in particolare il progetto collettivo *The Worlds of Journalism Study* (WJS), che dal 2007 unisce ricercatori di 66 Paesi nella raccolta ed elaborazione di dati questionari sullo stato del giornalismo, e gli studi americani di David H. Weaver e G. Cleve Wilhoit che dal 1986 approfondiscono la realtà statunitense: Weaver & Wilhoit (1991). *The American journalist: A portrait of US news people and their work*. Indiana University Press; Weaver & Wilhoit (1996). *The American journalist in the 1990s: US news people at the end of an era*. Psychology Press; Weaver & Willnat (2012). *The global journalist in the 21st century*. Routledge; Willnat, Weaver & Choi (2013). *The global journalist in the twenty-first century: a cross-national study*

rivolto ai giornalisti italiani una serie di domande intese a far emergere il proprio punto di vista sull'evoluzione della professione, sulla qualità dell'informazione e sulle criticità del proprio ruolo nella fase di transizione che l'editoria e la radiotelevisione stanno affrontando da ormai un ventennio, in particolare alla luce degli effetti che l'innovazione tecnologica ha portato a vari livelli della filiera produttiva e distributiva dell'informazione.

10. Da un punto di vista metodologico, è stata ravvisata dall'Autorità l'opportunità di prevedere l'adesione spontanea e aperta all'*Osservatorio* da parte di tutti i soggetti appartenenti all'universo giornalistico nazionale, preferendo tale opzione alla somministrazione del questionario a un campione predefinito di individui. Tale scelta è imputabile, da un lato, all'esigua numerosità dell'universo dei giornalisti attivi in Italia (come già detto, 35.619 a dicembre 2015), dall'altra alla buona conoscenza *ex ante* delle variabili socio-demografiche necessarie a una riponderazione *ex post* dei rispondenti. Gli aspetti di criticità riscontrabili in tale metodo, soprattutto in relazione a fenomeni statistici di autoselezione, sono stati quindi affrontati, in sede di elaborazione dei dati raccolti, grazie al controllo dei risultati ottenuti per variabili conosciute⁸, attraverso una riponderazione del campione dei rispondenti rispetto alle caratteristiche socio-demografiche imputabili all'universo di riferimento. In particolare, anche in questa edizione dell'*Osservatorio* l'Autorità si è avvalsa della collaborazione dell'Istituto nazionale di statistica – ISTAT⁹ per la riponderazione del campione all'universo di riferimento.

11. Le risposte ottenute portano, in termini assoluti, il questionario proposto al primo posto per numerosità di risposte rispetto al panorama internazionale di settore, con un tasso di rappresentatività pari al 5,3% dell'universo dei giornalisti italiani in attività. In definitiva, l'*Osservatorio* Agcom supera di gran lunga le altre esperienze internazionali su cui questa stessa analisi è basata, e, grazie alla metodologia di ponderazione per variabili socio-demografiche, è statisticamente robusto e altamente rappresentativo dell'universo di tutti i giornalisti italiani.

12. Anche nella II edizione dell'*Osservatorio sul giornalismo* l'obiettivo del rapporto è quello di offrire al lettore una fotografia delle caratteristiche della categoria, unitamente a un'analisi delle profonde mutazioni che la stessa sta affrontando, di pari passo con le trasformazioni dell'intero settore dell'informazione. La fluidità che caratterizza la professione, la difficile definizione della sua natura e dei suoi confini, le zone d'ombra che da sempre permangono nella rappresentazione esaustiva di questa categoria professionale, dagli aspetti puramente quantitativi¹⁰ alle problematiche sull'accesso¹¹ e sulla formazione fino alle stratificazioni normative susseguitesi nel tempo, rendono l'oggetto di studio complesso, e di tale complessità si tenta di dare conto nei capitoli successivi. Come già detto dall'Autorità nella I edizione dell'*Osservatorio sul giornalismo*, e come noto a tutti gli *stakeholder* interessati all'armonico equilibrio tra le componenti del settore dell'informazione, sulla

of journalistic competencies. *Journalism Practice*, 7(2), 163–183; Weaver & Willnat (2016). Changes in U.S. Journalism. *Journalism Practice*, 1-12.

⁸ Corbetta, P. (1999). *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*. Bologna, Il Mulino; Corbetta, P., Gasperoni, G. & M. Pisati. (2001). *Statistica per la ricerca sociale*. Bologna, Il Mulino, p. 288.

⁹ In particolare, si ringrazia il dott. Carmelo Abbate per la gentile collaborazione.

¹⁰ Criticità riscontrate nella maggior parte dei Paesi dove sono state proposte analisi campionarie della categoria professionale, come si evince da una *review* della letteratura esistente (a titolo puramente esemplificativo, si veda Gulyas, A. (2013). The influence of professional variables on journalists 'uses and views of social media: A comparative study of Finland, Germany, Sweden and the United Kingdom, *Digital Journalism* 1.2, p. 274: «[...] exact sizes of the database for each country are not public and partly because reliable figures for total number of journalists are not available»; National Council for the Training of Journalists (NCTJ), *Journalists at Work* (2013): «[...] estimating the number of journalists in the UK is problematic», p. 19; Power, R., Sutcliffe, P., & Ibrahim, M. (2016). Freelance Journalists do not Work 'for Free'. *E-Journal of International and Comparative Labour Studies*, 5(3), p. 3).

¹¹ Altamente formalizzato in virtù dell'esistenza stessa dell'Ordine professionale che definisce l'appartenenza o la non appartenenza alla categoria professionale.

base dei dati disponibili oggi quello che può essere analizzato è solo “il lato emerso della professione”¹².

13. Proprio con tale consapevolezza, l’Autorità ha dedicato una particolare attenzione, in questa seconda edizione dell’*Osservatorio*, alle criticità della professione giornalistica. *In primis*, a quelle di natura strettamente economica (precarietà, insicurezza contrattuale, ridimensionamento delle redazioni, mancato pagamento e/o sottopagamento), che, come noto in letteratura¹³, hanno ripercussioni sul benessere generale del lavoratore e, in conseguenza, sulla qualità del prodotto informativo.

14. L’*Osservatorio* ha dedicato particolare attenzione, fra l’altro, al fenomeno delle liti temerarie rivolte ai giornalisti, aggravatosi progressivamente nel corso dell’ultimo decennio, soprattutto nelle realtà locali e nel Meridione d’Italia. L’abuso dello strumento processuale, utilizzato a fini intimidatori e pretestuosi nei confronti della categoria dei giornalisti, determina una grave limitazione della libertà d’espressione, già minata dalle forme diffuse di precariato e dalle basse condizioni reddituali. Ne deriva un conseguente affievolimento del diritto dei cittadini a essere informati e del libero esercizio della propria sovranità. Tale situazione di fatto risulta aggravata dall’assenza di una legislazione in grado di tutelare gli operatori dell’informazione dalle più disparate forme di minaccia e coercizione esercitate da quanti, per ragioni diverse, hanno interesse a che l’informazione, ancorché di interesse pubblico, non venga divulgata ai cittadini.

15. L’Autorità, in quanto soggetto istituzionalmente preposto alla tutela del pluralismo delle fonti informative, ha raccolto le posizioni espresse dalle principali associazioni rappresentative degli interessi di categoria, che auspicano una rimodulazione dell’attuale impianto normativo, in linea con i più recenti orientamenti della giurisprudenza della Corte Europea dei Diritti dell’Uomo e delle Corti interne. Le misure di riforma caldegiate dalle associazioni – in particolare, l’abolizione della pena detentiva in caso di diffamazione, la proporzionalità della eventuale sanzione economica irrogata rispetto alla situazione economica del giornalista, nonché la possibilità per il giornalista di ottenere un ristoro a seguito dell’accertamento della temerarietà della lite – si inseriscono nel più ampio dibattito finalizzato a introdurre riforme atte a garantire il libero esercizio della professione giornalistica in assenza condizionamenti esterni, preludio per una informazione libera, completa e veritiera, posta al servizio della collettività.

¹² Cfr. Rea, P. (a cura di). (2010). [Giornalismo: il lato emerso della professione. Una ricerca sulla condizione dei giornalisti italiani](#), LSDI.

¹³ Cfr., in generale, Ashford, S. J., Lee, C., & Bobko, P. (1989). Content, cause, and consequences of job insecurity: A theory-based measure and substantive test. *Academy of Management journal*, 32(4), 803-829; Brockner, J., Grover, S., Reed, T., DeWitt, R., & O'Malley, M. (1987). Survivors' reactions to layoffs: We get by with a little help for our friends. *Administrative science quarterly*, 526-541, e, per lo specifico settore, Beam, R. A. (2006). Organizational goals and priorities and the job satisfaction of US journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83(1), 169-185; Deuze, M. (2007). *Media work*. Polity; Reinardy, S. (2009). Beyond satisfaction: Journalists doubt career intentions as organizational support diminishes and job satisfaction declines. *Atlantic Journal of Communication*, 17(3), 126-139; Reinardy, S. (2010). Downsizing effects on personnel: the case of layoff survivors in US newspapers. *Journal of Media Business Studies*, 7(4).